



한국IR협의회

기업리서치센터 기업분석 | 2025.05.12



코스닥 글로벌 상장법인

코스닥 글로벌 세그먼트

KOSDAQ | 미디어와엔터테인먼트

와이지엔터테인먼트 (122870)

BLACK PINK 컴백과 신규 아티스트의 성장

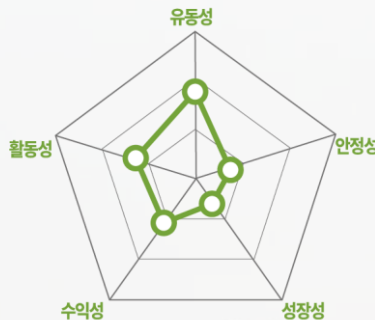
체크포인트

- BLACKPINK는 약 3년 만에 완전체 컴백을 앞두고 있으며, 하반기 신보 발매 및 대규모 월드투어가 예정되어 있음. 그룹 활동 공백기 동안 멤버 전원이 미국 빌보드 차트에 진입하는 성과를 달성해 IP 가치가 한층 상승했으며, 이번 투어는 전작 'BORN PINK' 대비 좌석 규모와 글로벌 범위 모두 확대된 최대 규모로 전개될 전망
- 베이비몬스터는 데뷔 8개월 만에 월드투어를 개시하며 YG의 글로벌 IP 육성 역량을 입증하고 있으며, 트레저 역시 아레나급 투어와 일본 시장 내 입지를 통해 주요 IP로 성장 중
- 2025년은 베이비몬스터·트레저 등 신홍 IP의 안정적 성장과 블랙핑크의 복귀가 맞물리며 YG IP 포트폴리오 전반의 확장성과 수익성이 동시에 부각되는 전환점이 될 것으로 기대

주가 및 주요이벤트

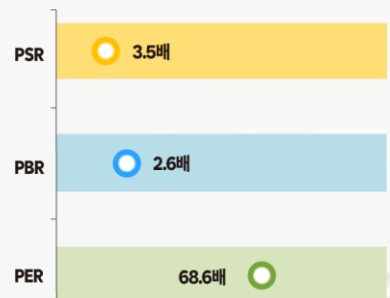


재무지표



주: 2024년 기준, Fnguide WICS 분류 상 커뮤니케이션서비스산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2024년 기준, PBR은 4Q24 기준, Fnguide WICS 분류상 커뮤니케이션서비스산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

와이지엔터테인먼트 (122870)

Analyst 채윤석 chaeyunseok@kirs.or.kr

RA 정수현 sh.jeong@kirs.or.kr

KOSDAQ

미디어와엔터테인먼트

세대별 대표 아티스트를 배출해 온 와이지엔터테인먼트

와이지엔터테인먼트는 뚜렷한 음악적 정체성과 차별화된 콘텐츠 제작 역량을 바탕으로 각 세대를 대표하는 아티스트(지누션, 원타임, 빅뱅 등)를 배출하며 K-POP의 대중화와 세계화에 기여해 온 국내 대표 종합 엔터테인먼트 기업 중 하나. 현재는 '블랙핑크', '트레저', '베이비몬스터', '악뮤' 등의 아티스트를 중심으로 개성 있는 음악과 차별화된 퍼포먼스를 기반으로 콘서트에 강점을 지닌 IP 포트폴리오를 보유 중

2025년 매출액 5,659억원, 영업이익 613억원 전망

2025년 와이지엔터테인먼트의 영업실적은 블랙핑크 그룹 활동 재개와 기존 아티스트들의 안정적인 성장으로 매출액 5,659억원(+55.1%, yoy), 영업이익 613억원(흑자전환, yoy)으로 전망, 연간 실적은 상저하고의 흐름을 나타낼 것으로 예상. 특히 7월부터 시작되는 블랙핑크의 월드투어 영향으로 공연 부문의 매출액이 역대 최대인 1,190억원(+600.5%, yoy)을 기록하며 전사 매출 성장을 견인할 것으로 예상. 앨범 부문에서는 블랙핑크의 신규 앨범 외에 팬덤을 확대 중인 트레저와 베이비몬스터의 하반기 추가 앨범 활동이 이어지며 음반 판매 증가가 기대됨. 비용 측면에서는 신규 아티스트 관련 전략적 투자에 따라 일정 수준의 변동이 발생할 수 있으나, 매출 성장에 따른 영업레버리지 효과로 역대 두 번째로 높은 영업이익을 기록할 것으로 예상됨

과거 PER Band 중단에 위치한 현재 주가

와이지엔터테인먼트의 주가는 2022년 이후 PER 13.0x~45.0x 수준에서 형성. 현재 동사 주가의 밸류에이션은 2025년 추정 실적 기준 PER 26.9x로 과거 PER Band 중단에 위치. 최근 주가 흐름은 베이비몬스터 IP 성장 가능성 가시화, 하반기 예정된 블랙핑크의 컴백 및 대규모 월드투어에 대한 기대감이 반영되면서 현재 주가는 우상향하는 흐름을 나타내고 있음

Forecast earnings & Valuation

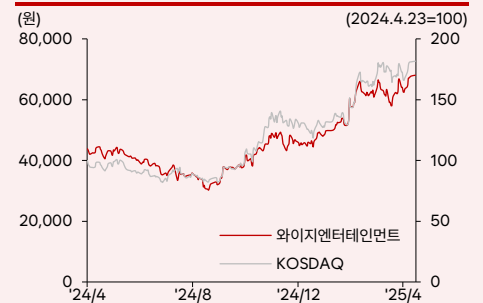
	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액(억원)	3,216	3,912	5,692	3,649	5,659
YoY(%)	26.0	21.6	45.5	-35.9	55.1
영업이익(억원)	470	466	869	-206	613
OP 마진(%)	14.6	11.9	15.3	-5.6	10.8
지배주주순이익(억원)	67	337	613	185	469
EPS(원)	361	1,813	3,285	991	2,509
YoY(%)	-29.9	401.9	81.2	-69.8	153.2
PER(배)	154.2	24.2	15.5	46.2	26.9
PSR(배)	3.2	2.1	1.7	2.3	2.2
EV/EBITDA(배)	17.3	12.8	8.1	85.6	12.8
PBR(배)	2.7	2.0	2.0	1.8	2.4
ROE(%)	1.8	8.6	14.0	3.9	9.3
배당수익률(%)	0.4	0.6	0.6	0.5	0.4

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (5/8)	67,500원
52주 최고가	68,000원
52주 최저가	30,200원
KOSDAQ (5/8)	729.59p
자본금	95억원
시가총액	12,616억원
액면가	500원
발행주식수	19백만주
일평균 거래량 (60일)	28만주
일평균 거래액 (60일)	172억원
외국인지분율	15.21%
주요주주	양현석 외 5인 27.3%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	14.2	52.7	54.6
상대주가	3.1	55.6	84.9

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '부채비율', 성장성 지표는 '영업이익 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '총자산회전율', 유동성지표는 '유동비율임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.



기업 개요

연혁 및 지배 구조

**독보적인 트레이닝 및 제작 역량을
기반으로 세대별 대표 아티스트를
배출해 온 와이지엔터테인먼트**

와이지엔터테인먼트는 뚜렷한 음악적 정체성과 차별화된 콘텐츠 제작 역량을 바탕으로 각 세대를 대표하는 아티스트를 배출하며 K-POP의 대중화와 세계화에 기여해 온 국내 대표 종합 엔터테인먼트 기업이다. 1996년, 서태지와 아이들 출신의 양현석 총괄 프로듀서가 회사를 설립한 이후, '지누션(1997)', '원타임(1998)', '세븐(2003)' 데뷔를 통해 힙합 기반의 음악성을 확립하고 엔터테인먼트 기획사로서 입지를 구축했다. 2006년 데뷔한 '빅뱅(BIGBANG)'은 '거짓말', '마지막 인사', '하루하루' 등의 히트곡으로 국내 주요 차트를 석권하며 대중성과 예술성을 동시에 인정받았다. 자작곡 중심의 창작 활동과 힙합, 일렉트로닉, R&B, 팝 등 다양한 장르의 혼합을 통해 국내 음악 산업에 새로운 지평을 열었다. 이어 2009년 데뷔한 '2NE1'은 'FIRE', 'I Don't Care' 등을 통해 K-POP 2세대를 대표하는 걸그룹으로 부상하며 와이지엔터테인먼트가 SM, JYP와 함께 이른바 '3대 기획사 체제'를 공고히 하는 데 일조하였다.

2010년대 이후 와이지엔터테인먼트는 본격적인 해외 진출 전략을 추진했다. 그 시작점은 2010년 영입된 싸이(PSY)였다. 2012년에 발표한 '싸이'의 '강남스타일'은 빌보드 핫 100 차트 2위를 7주 연속 기록하고, 유튜브 역사상 최초로 조회수 10억회를 돌파하는 등 전 세계적으로 선풍적인 인기를 끌었다. '강남스타일' 신드롬을 통해 K-POP의 글로벌 확장 가능성을 확인한 동사는 YG ASIA(2012), YG USA(2013), YG BEIJING(2013) 등 현지 법인을 잇따라 설립하며 체계적인 글로벌 운영 기반을 마련했다. 이후, 2016년에 데뷔한 4인조 걸그룹 '블랙핑크'는 세련된 이미지와 완성도 높은 음악, 강렬한 퍼포먼스를 바탕으로 글로벌 시장에서 독보적인 성과를 거두며 와이지엔터테인먼트의 대표 IP로 자리매김했다. 2022년 K-POP 걸그룹 최초로 빌보드 200 앨범 차트 1위를 기록하였으며, 2023년에는 유튜브 공식 채널 누적 조회 수가 300억 뷰를 돌파하며 세계적인 영향력을 입증했다. 이러한 성과는 와이지엔터테인먼트가 수년간 축적해온 아티스트 트레이닝 시스템과 인하우스 프로듀싱 역량을 바탕으로 이뤄낸 결과로, 회사는 이를 통해 지속적인 IP 세대 교체를 실현하고 있다. 그 일환으로 2024년에는 다국적 신인 걸그룹 '베이비몬스터'를 데뷔시켰으며, 데뷔 직후부터 국내외에서 폭넓은 팬덤을 빠르게 형성하며 차세대 글로벌 IP로의 성장이 기대되고 있다.

2024년 12월 말 기준, 와이지엔터테인먼트의 최대주주는 창업주이자 총괄 프로듀서인 양현석으로, 보유 지분은 19.3%이며, 양민석 대표이사를 포함한 최대주주 및 특별관계자의 지분은 총 27.3%이다. 동사는 자기주식 0.8%를 보유하고 있으며, 주요 외부 주주로는 네이버(8.9%)와 국민연금공단(4.5%)이 있다. 특히, 국민연금공단은 2025년 3월 14일 기준으로 보유 지분을 5.15%까지 확대하였고, 보유 목적을 일반 투자에서 단순 투자로 변경하였다.

2024년 12월 말 기준, 와이지엔터테인먼트는 자회사 5개와 손자회사 11개를 포함해 총 16개의 종속회사를 운영하고 있다. 동사 및 종속회사는 음반·음원 제작 및 유통, 공연 및 매니지먼트 그리고 아티스트 기반 콘텐츠·MD 제작 및 유통 등 다양한 수익 모델을 기반으로 사업을 전개하고 있다. 2024년 기준, 연간 매출액이 100억 원을 넘는 자회사는 YG ENTERTAINMENT JAPAN Co., Ltd.(100%)와 YG플러스(30.22%) 2곳이다. YG ENTERTAINMENT JAPAN Co., Ltd.는 일본 내 엔터테인먼트 사업을 전개하고 있으며, 2024년 매출액 262억 원을 기록하였다. YG플러스는 코스피 상장사로, 음원 유통과 네이버 음악 플랫폼 운영 대행, 그리고 MD 및 음반 인쇄 제작을 주요 사업으로 영위하고 있

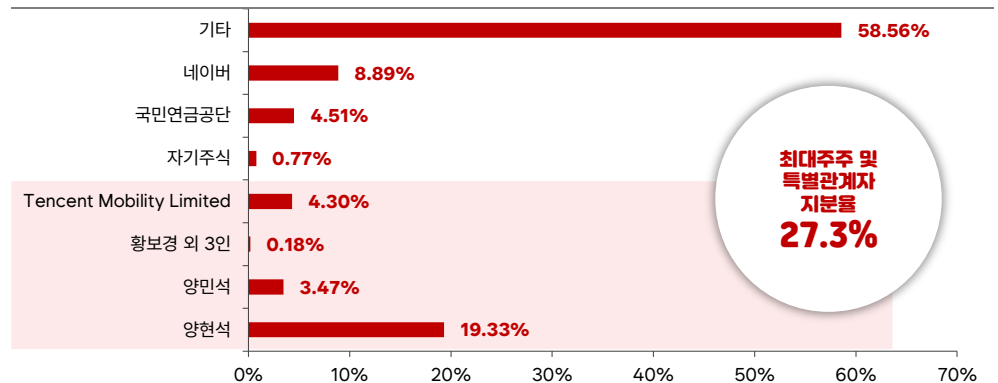
다. 2024년 기준, 매출액 1,849억 원을 기록하였으며, 매출액은 음원 유통 및 음악 플랫폼 운영 대행 51.02%, 음반 및 MD 제작 39.58%, 용역(음반 유통 및 IP 라이선싱) 9.39%, 광고사업 0.01%순으로 구성되어 있다.

연혁

1996~2009 3대 기획사 체제 구축	2010~2019 글로벌 아티스트 배출	2020~ 신규 아티스트 강화
1996 한기획 설립 KEEP SIX 데뷔 1997 MF기획 설립 JINUSEAN 데뷔 1998 양군기획 설립 및 법인 전환 ITYM 데뷔 2001 YG ENTERTAINMENT로 법인명 변경 PERRY 데뷔 2003 SE7EN 데뷔 GUMMY 데뷔 2006 BIGBANG 데뷔 2007 YG Japan 설립 2009 2NE1 데뷔	2010 PSY 영입 2011 코스닥 시장 상장 2012 YG A&A 설립 와이지넥스트 설립 LEEHI 데뷔 EPK HIGH 영입 2013 YG USA 설립 YG BEJING 설립 2014 YG PLUS (구, 휘닉스 홀딩스) 인수 AKMU 데뷔 WINNER 데뷔 2015 IKON 데뷔 2016 YG PLUS가 와이지넥스트 흡수합병 더블랙레이블 설립 YG Investment 설립 BLACKPINK 데뷔	2020 TREASURE 데뷔 2022 프레스트팩토리 설립 2024 BABYMONSTER 데뷔 글로벌 세그먼트 판입

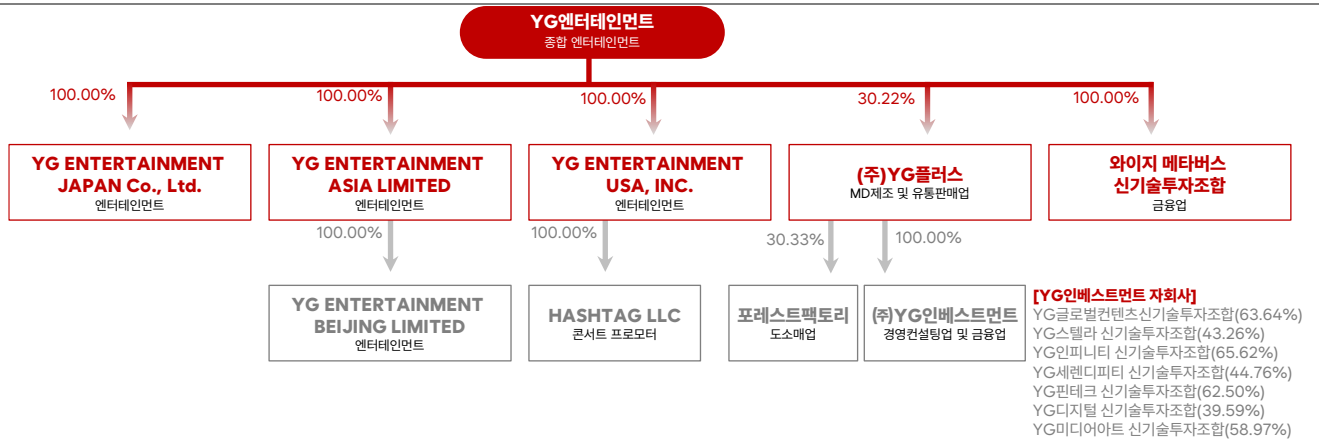
자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

주주 현황(2024년 12월 말 기준)



자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

종속회사 현황(2024년 12월 말 기준)



주요 아티스트 현황

블랙핑크, 트레저, 베이비몬스터,
악뮤 등 차별화된 아티스트를 보유

와이지엔터테인먼트는 '블랙핑크', '트레저', '베이비몬스터', '악뮤' 등의 아티스트를 중심으로 개성 있는 음악과 차별화된 퍼포먼스를 추구하는 IP 포트폴리오를 구축하고 있다.

1. 블랙핑크(BLACKPINK)

'블랙핑크'는 2016년 8월 싱글 'SQUARE ONE'으로 데뷔한 4인조 걸그룹이다. 데뷔 타이틀곡 '휘파람'과 '붐바야'가 국내 주요 음원 차트 1위를 석권하며 주목받기 시작했다. 2018년 발표한 '뚜두뚜두(DDU-DU DDU-DU)'가 빌보드 핫 100에 55위로 랭크되었고, 2019년 K-POP 그룹 최초로 글로벌 음악 페스티벌 코첼라(Coachella)의 서브 헤드라이너로 참여하며 글로벌 인지도를 쌓기 시작하였다. 2020년 미국 인터스코프 레코드(유니버설 뮤직 그룹 산하 레이블)와의 협업으로 발매한 정규 1집 'THE ALBUM'은 빌보드 200 차트 2위를 기록했고, 최근까지 누적 판매량은 약 160만장으로 추정된다. 2022년 9월 발표한 정규 2집 'BORN PINK'는 빌보드 200 차트 1위에 올라 K-POP 걸그룹 최초로 해당 차트 정상에 오른 앨범이 되었고, 전 세계적으로 약 300만장 이상 판매되었다. 현재 유튜브 채널 구독자 수는 9,650만명으로 글로벌 가수 중 최다 구독자를 보유하고 있다.

2018년 첫번째 단독 콘서트 'BLACKPINK 2018 TOUR IN YOUR AREA SEOUL'을 시작으로 '2019 WORLD TOUR [IN YOUR AREA]'에서 23개 도시, 32회 공연을 통해 5,676만 달러의 매출액, 객수 47만명, ASP 120.2달러를 기록했다. 이후 2022년 10월부터 2023년 9월까지 진행된 두 번째 월드투어 'BORN PINK'는 34개 도시, 66회 공연을 통해 약 3억 3천만 달러의 매출과 181만명의 관객을 동원하였으며, ASP는 182.8달러를 기록했다(Touring Data 기준).

한편, 현재 블랙핑크의 그룹 활동은 와이지엔터테인먼트와 협력하에 지속되고 있으나, 2023년 말~2024년 초 멤버들의 개인 전속 계약은 종료되었으며, 제니, 리사, 지수는 각각 1인 레이블을 설립하였고, 로제는 동사의 관계 레이블인 THE BLACK LABEL과 계약을 체결하여 개인 활동을 이어가고 있다.

2. 트레저(TREASURE)

'트레저'는 2019년 와이지엔터테인먼트의 서바이벌 프로그램 'YG 보석함'을 통해 결성된 10인조 다국적(한국 8명, 일본 2명) 보이그룹이다. 2020년 8월 싱글 1집 'THE FIRST STEP: CHAPTER ONE'으로 데뷔한 이후 현재까지 정규 2집, 미니앨범 2집, 스페셜 1집, 싱글 3집을 발표하였다. 특히 데뷔 5개월 만에 THE FIRST STEP 시리즈(싱글 1:2:3집, 정규 1집 합산) 앨범 누적 판매량 100만장을 돌파했으며, 2022년 발표한 THE SECOND STEP 시리즈(미니 1:2집 합산)는 약 147만장, 2023년 7월 발표한 정규 2집 'REBOOT'는 187만장 이상을 기록하였다. 2025년 3월 발표한 스페셜 미니 앨범 '플레저(PLEASURE)'는 약 80만장의 판매고를 달성하였으며(서클차트 월간 Top 100 기준), 현재 유튜브 구독자 수는 777만명이다.

트레저는 데뷔 1년 8개월 차인 2022년 4월에 첫 단독 콘서트 'TREASURE 1st CONCERT [TRACE]'를 서울에서 2회 진행하였으며, 2022년 11월 일본 투어 'TREASURE TOUR [HELLO]'를 시작해 8개 도시 26회 공연에서 약 30만명의 관객을 동원하며 데뷔 후 일본을 처음 방문하는 K-POP 아티스트로는 최대 규모를 기록했다. 2023년에는 아시아 8개 도시 12회 공연, 일본 팬미팅 투어 5개 도시 20회 공연을 성공적으로 진행했으며, 도쿄돔 입성에도 성공하였다. 2023년 12월부터는 'TREASURE TOUR [REBOOT]'를 진행하며 서울과 일본 등 아시아 7개 국가에서 30회 공연을 통해 약 45만명의 관객을 동원하였고, 2025년 3월부터는 팬 콘서트 투어 'SPECIAL MOMENT'를 서울을 시작으로 일본 4개 도시와 북미 4개 도시에서 17회차 공연을 진행 중이다.

3. 베이비몬스터(BABYMONSTER)

'베이비몬스터'는 한국, 일본, 태국 멤버로 구성된 7인조 다국적 걸그룹으로, 2023년 1월 1일 공개되었다. 2023년 5월, 프리 데뷔곡 'DREAM', 2023년 11월 디지털 싱글 'BATTER UP'(당시 6인조)을 발표했다. 'DREAM'은 발표 직후 빌보드 'Hot Trending Songs' 차트(SNS 중심의 트렌드 반영 차트) 1위, 'BATTER UP'은 발매 직후 아이튠즈 21개국 1위, 미국 빌보드 글로벌 200 차트 진입의 성과를 거두며, 정식 데뷔 전부터 주목받았다. 공식 데뷔는 2024년 4월 미니 1집 'BABYMONSTER'를 통해 이뤄졌으며, 타이틀곡 'SHEESH'는 빌보드 글로벌 200 차트(글로벌 음원 중심 차트)에서 33위, 음반 판매량(서클차트 월간 Top 100 기준) 약 78만장을 기록했다. 2024년 11월 정규1집 'DRIP'을 발표, 약 92만장(서클차트 월간 Top 100 기준)이 판매되었으며, 빌보드 200(음반)과 빌보드 글로벌 200(글로벌 음원) 차트에도 진입하였다. 현재 유튜브 구독자 수는 912만명을 기록 중이다.

'베이비몬스터'는 2024년 5월 미니 1집 'BABYMONSTER' 발매와 함께 첫번째 팬 미팅 투어 'BABYMONSTER PRESENTS: SEE YOU THERE'를 아시아 7개 도시에서 12회 개최했으며, 이 외에 일본 도쿄에서 개최된 'SUMMER SONIC 2024' 등 국제 행사에 초청받았다. 현재 베이비몬스터는 첫 월드투어 'HELLO MONSTERS'를 통해 2025년 1월 서울 KSPO DOME(올림픽 체조경기장)을 시작으로 미국, 일본, 싱가포르, 홍콩, 베트남, 태국, 인도네시아, 대만, 말레이시아, 캐나다 등 11개국, 20개 도시, 32회차 공연을 진행 중이다.

4. 악뮤(AKMU)

'악뮤'는 남매 듀오(이찬혁, 이수현)로 2014년 SBS 오디션 프로그램 'K팝스타 시즌2'에서 우승 후 와이지엔터테인먼트와 계약을 맺고 데뷔했다. 자작곡 중심의 독창적인 음악성을 기반으로, 지금까지 10개의 음반(정규 3집, 미니 3집, 싱글 4집)을 발표하였으며, 대표곡으로는 '200%', '시간과 낙엽', '어떻게 이별까지 사랑하겠어, 널 사랑하는 거지', '낙하' 등이 있다. 가장 최근 발표한 음반은 2024년 6월 발표한 미니 3집 'LOVE EPISODE'이며, 현재 유튜브 채널 구독자 수는 334만명이다.

2014년 '악뮤캠프'라는 타이틀로 서울-대구-광주-부산에서 데뷔 첫 단독 콘서트를 개최하였으며, 2016년에는 타이페이-싱가포르-상하이-쿠알라룸푸르에서 'AKMU STUDIO' 쇼케이스를 개최했다. 이후 2017년 전국투어 '일기장'을 통해 17회의 콘서트를 진행했으며, 2019년 [향해], 2023년 'AKMUTOPIA', 2024년에는 10주년 콘서트 [10VE]를 통해 꾸준한 활동을 보여주고 있다.

5. 위너(WINNER)

'위너'는 2013년 동사의 서바이벌 프로그램 'WIN: Who is Next?'에서 우승한 팀으로, 2014년 정규 1집 '2014 S/S'으로 국내에 데뷔했으며, 일본에서도 '2014 S/S-Japan Collection'을 통해 데뷔하였다. 지금까지 10개(정규 3집, 미니 4집, 싱글 3집)의 앨범을 발표했으며, '공허해', 'REALLY REALLY', 'MILLIONS' 등의 히트곡을 보유하고 있다. 가장 최근 발표한 앨범은 2022년 7월 발표한 미니 4집 'HOLIDAY'로 약 20만장 이상이 판매되었으며, 현재 유튜브 구독자수는 404만명이다.

위너는 2014년 데뷔 이후 일본을 비롯한 한국 및 중국에서 활발한 콘서트 활동을 이어왔으며, 2018년 'WINNER EVERYWHERE TOUR 2018'을 통해 미국, 캐나다, 홍콩, 인도네시아, 필리핀, 싱가포르 등에서 월드투어를 진행하였다. 이후 2022년 첫 콘서트 'THE CIRCLE'을 온-오프라인에서 동시 개최했으며, 2024년 11월에는 멤버 이승훈이 미니 앨범 'MY TYPE'을 발표하고 단독 팬 콘서트 'OFFLINE LIVE'를 개최하였다.

주요 아티스트 현황



BLACKPINK



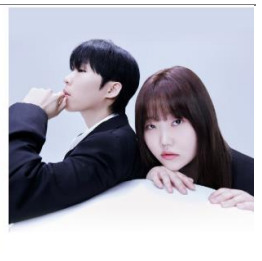
TREASURE



BABYMONSTER



WINNER



AKMU

자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

비즈니스 구조 현황

2024년 기준,
매출액 비중은
상·제품 41.7%,
음악서비스 21.5%,
공연 4.7%,
기타 사업 32.1%로 구성

2024년 기준, 와이지엔터테인먼트의 매출액은 상·제품 41.7%, 음악서비스 21.5%, 공연 4.7%, 기타 사업(광고, 출연료, 로열티 등) 32.1%로 구성되어 있다.

1. 상·제품

와이지엔터테인먼트의 상·제품 매출은 동사의 아티스트가 제작한 음반(Album/DVD), 온라인에서 소비되는 음원 등의 디지털 콘텐츠와 MD(Goods)를 포함한다. 해당 부문 매출액은 2020년 1,039억원에서 2024년 1,522억원으로 46.5% 증가하였고 세부 구성은 음반 10.1%, 디지털 콘텐츠 44.2%, MD 45.7%로 나타난다.

음반 부문은 아티스트가 발매하는 실물(피지컬) 앨범 및 DVD 판매 수익을 의미한다. 음반 매출은 2020년 293억원에서 2023년 436억원으로 증가했으나, 2024년에는 153억원으로 크게 감소했다. 서클차트 월별 Top 100 기준, 동사 아티스트들의 음반 판매량 합계는 2020년 275만장, 2021년 232만장, 2022년 446만장, 2023년 444만장으로 증가세를 이어왔으나 2024년 174만장 수준까지 감소하였다. 2022년 ~ 2023년의 판매량 증가는 블랙핑크 'BORN PINK', 트레저의 'THE SECOND STEP 시리즈', 'REBOOT', 지수의 'ME' 앨범이 견인했으며, 2024년 트레저와 블랙핑크의 신규 앨범 부재 속에서 베이비몬스터의 'BABYMONSTER', 'DRIP'이 동사 앨범 판매량의 대부분을 차지했다.

MD 매출은 아티스트 IP를 기반으로 제작되는 제품군(응원봉, 티셔츠, 포토북 등)과 공연 연계 상품 판매로 구성된다. 해당 부문의 매출액은 2020년 311억원에서 2024년 696억원으로 성장했다. 특히 2024년에는 아티스트들의 대형 투어가 제한적이었음에도 불구하고 신인 '베이비몬스터' 관련 팝업스토어 행사 진행 및 온라인 플랫폼을 활용한 적극적인 MD 판매로 안정적인 매출을 유지하였다.

디지털 콘텐츠 매출은 음원 및 유튜브 광고 수익 등의 매출을 의미한다. 디지털 콘텐츠 부문의 매출액은 2020년 435억원에서 2024년 673억원까지 안정적인 성장세를 시현하였다. 'BLACKPINK', 'TREASURE', '베이비몬스터' 등 주요 아티스트의 글로벌 팬덤 확장과 유튜브 채널 영향력 확대에 따른 결과로 해석된다.

2. 음악서비스

음악서비스 매출은 종속회사 YG플러스를 통해 발생하는 음반/음원 유통 수익과 네이버 음악플랫폼 'VIBE' 운영 대행 수수료로 구성된다. 음반/음원 유통 매출은 아티스트의 음반/음원 유통에 따른 수수료 수익이며, 음악플랫폼 운영 대행 매출 역시 플랫폼 운영 및 관리 대가로 수취하는 수수료를 순액 기준 매출액으로 인식한다. 해당 부문 매출액은 2022년 707억원에서 2024년 786억원까지 성장하였다. 음악서비스 매출은 국내 74.9%, 해외 25.1%로 구성되어 있으며, K-POP의 글로벌 인지도 상승에 따라 해외 매출 비중이 점진적으로 확대되는 추세를 보이고 있다.

3. 공연

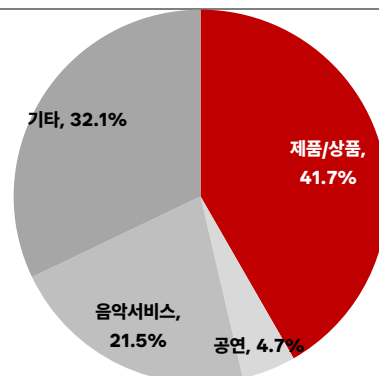
와이지엔터테인먼트의 공연 매출은 동사가 자체 제작 시스템(In House System)을 기반으로 기획/제작하는 공연에서 발생한다. 일반적으로 국내 투어의 경우 당사가 티켓 매출 및 부수적인 매출 총액과 이에 대응하는 비용을 모두 인식하지만, 해외 투어는 현지 파트너사들이 동사에 지급하는 Guarantee 금액만을 순액 기준으로 매출에 반영한다. 동사의

공연 부문 매출액은 코로나19 팬데믹의 영향으로 2022년 227억원에 머물렀으나, 2023년에는 블랙핑크의 월드투어 'BORN PINK' 영향으로 1,115억원으로 급증했다. 2023년 블랙핑크 월드투어 'BORN PINK'는 전 세계 34개 도시에서 66회 공연을 진행하며 181만명의 관객을 동원했고, 이는 K-POP 걸그룹 사상 최대 규모의 월드투어로 기록되었다. 2024년에는 트레저의 'REBOOT' 월드투어와 베이비몬스터의 첫 팬미팅 투어 'SEE YOU THERE'가 진행되었으나, 블랙핑크의 대규모 월드투어 종료 영향으로 170억원 수준으로 감소하였다.

4. 기타 사업

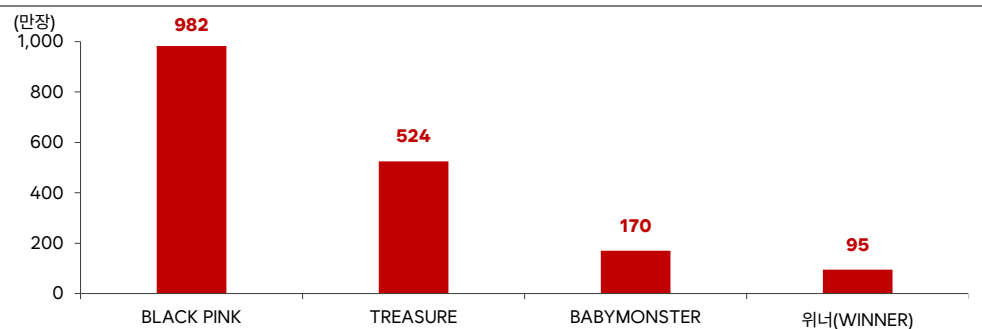
기타 사업 매출은 광고, 용역(출연료), 로열티 등으로 구성되어 있다. 광고 부문은 소속 아티스트(가수 및 배우)와 브랜드 간 광고 모델 계약 체결 및 브랜드 콘텐츠 기획 및 제작에 따른 매출이며, 용역 매출은 당사 소속 아티스트가 방송, 영화 및 드라마 등에 출연하여 받는 출연료, 아티스트 IP 활용을 통한 로열티로 구성되어 있다. 동사의 기타 사업 매출액은 2022년 1,411억원, 2023년 1,714억원, 2024년 1,172억원을 기록했다. 2023년 큰 폭의 매출 성장은 블랙핑크의 글로벌 인지도 상승 및 활동 증가와 로열티 수익 확대가 주요 원인이었다. 반면, 2024년에는 주요 아티스트들의 활동 감소와 저연차 아티스트들의 음악 활동 집중에 따른 영향으로 대비 31.6% 감소했다.

사업 부문별 비중



자료: 와이지엔터테인먼트 한국IR협의회 기업리서치센터

데뷔 이후 주요 아티스트별 음반 판매량 누적 합계



주: 1) 월간 씨클차트 TOP 100 발표 기준(2015.01 ~ 2025.03), 2) BLACK PINK의 경우 동사 소속일 때 발매된 솔로 활동 앨범 포함

자료: 씨클차트, 한국IR협의회 기업리서치센터



산업 현황

1 글로벌 레코딩 음악 시장: 포맷별

글로벌 음악 산업, 스트리밍 중심으로 재편

IFPI(국제음반산업협회)에 따르면 2024년 글로벌 음악 산업의 총 매출은 296억 달러로 집계되었으며, 이 중 스트리밍이 204억 달러(69.0%)로 가장 큰 비중을 차지하였다. 이어서 피지컬 음반 49억 달러(16.4%), 공연권 29억 달러(9.7%), 다운로드 및 기타 디지털 수익 8억 달러(2.8%), 동기화 수익 7억 달러(2.2%) 순으로 나타났다.

1999년부터 2024년까지 장기 추이를 보면, 피지컬 음반 수익은 219억 달러에서 48억 달러로 지속 하락하였다. 반면 스트리밍은 2005년 1억 달러에서 2024년 204억 달러로 고속 성장을 이루었다. 다운로드도 2013년을 정점으로 감소세에 접어들었으며, 공연권과 동기화 부문은 비교적 안정적인 증가세를 보이고 있다. 이러한 변화는 음악 산업이 물리적 상품 중심에서 디지털 중심, 특히 구독형 서비스 기반의 플랫폼 구조로 전환되었음을 보여준다. 더불어 AI 기술, 팬덤 커뮤니티 등과 음악 산업의 융합은 음악 산업 수익 구조의 다각화와 콘텐츠 소비 방식의 진화를 더욱 가속화할 것으로 전망된다.

1. 스트리밍

2024년 스트리밍 부문 매출은 전년 대비 14억 달러 증가한 204억 달러로, 전체 성장분의 대부분을 견인하였다. 특히 유료 구독형 스트리밍이 +9.5% 증가하며 성장을 주도하였고, 광고 기반 스트리밍은 +1.2%의 완만한 증가에 그쳤다.

스트리밍의 지속적인 성장 배경에는 소비자의 디지털 소비 패턴 고착화, 글로벌 플랫폼 확장, 팬덤 기반의 알고리즘 추천 기술 고도화 등이 자리하고 있다. 이와 같은 구조적 요인은 중장기적으로도 안정적인 성장세를 뒷받침할 것으로 보인다.

2. 실물 음반

피지컬 음반 수익은 2024년 기준 49억 달러로 전년 대비 -3.1% 감소하였다. 이는 2023년 +14.5%라는 높은 성장의 기저 효과에 따른 일시적 조정으로 해석된다. CD 수익은 -6.1%, 뮤직 DVD 등 영상 콘텐츠는 -15.5%의 성장률을 기록한 반면, LP는 +4.6% 성장하며 18년 연속 증가세를 이어갔다. 이는 팬덤 중심의 수집 수요와 레트로 트렌드가 지속되고 있음을 반영한다.

3. 공연권 수익

2024년 공연권 수익은 전년 대비 +5.9% 증가한 29억 달러를 기록하며, 4년 연속 증가세를 이어갔다. 전체 음악 산업 매출 중 9.7%를 차지하며, 오프라인 활동 재개 및 이벤트 수요 회복에 따른 수혜가 반영된 결과다. 주요 수익원은 공공장소, 라디오, 방송 등에서의 음원 사용에 대한 저작권료이다.

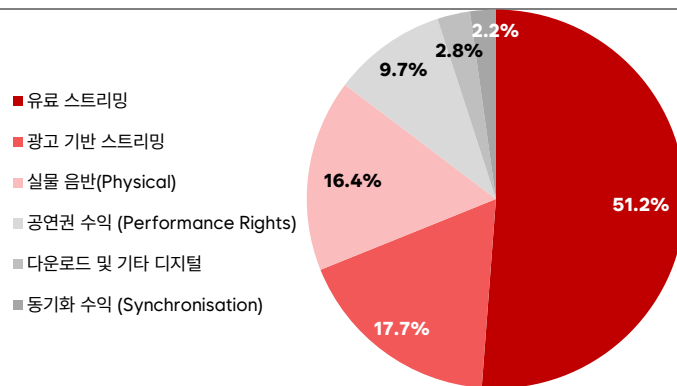
4. 다운로드 및 기타 디지털

다운로드 및 기타 디지털 부문은 2024년 기준 8억 달러로, 전체 매출의 2.8%에 불과하다. 이는 12년 연속 하락세를 기록한 것으로, MP3 중심의 유료 다운로드 모델이 스트리밍 중심 시장에 밀리며 지속적으로 축소되고 있는 추세다.

5. 동기화 수익

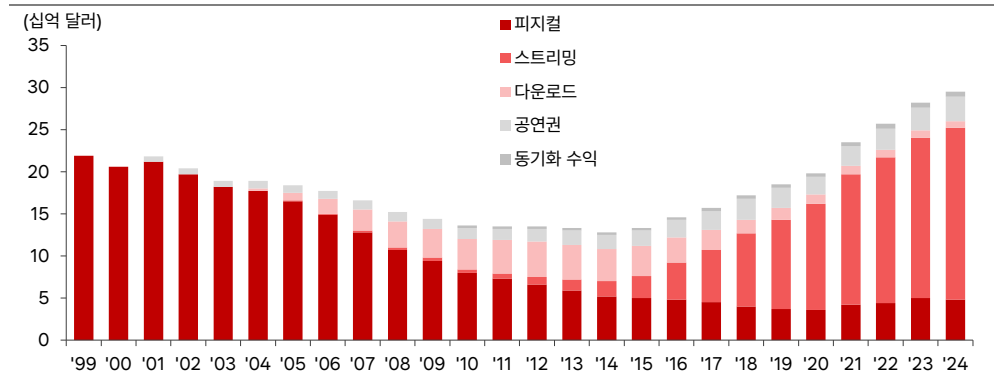
동기화 수익은 2024년 기준 6.5억 달러로, 전체 음악 산업의 2.2%를 차지하며 전년 대비 +8.3% 성장하였다. 이는 영화, 광고, TV, 게임 등에 음악이 사용되면서 발생하는 수익으로, 글로벌 콘텐츠 제작 증가 및 OTT 플랫폼 성장의 수혜를 받고 있으며 음악 산업의 수익 다변화에 기여하는 중요 채널로 자리잡고 있다.

글로벌 음악 산업 포맷별 비중(2024년 기준)



자료: IFPI, 한국저작권위원회 기업리서치센터

글로벌 음악 산업 규모 추이



자료: IFPI, 한국저작권위원회 기업리서치센터

글로벌 레코딩 음악 시장: 지역별

2024년 글로벌 음반 산업, 신흥국 중심 고성장

IFPI(국제음반산업협회)에 따르면 2024년 글로벌 음반 산업은 10년 연속 성장을 이어가며, 모든 대륙에서 고른 성장세를 나타냈다. 국가별 상위 10개 시장 중 8개 시장이 성장세를 지속하였으며, 멕시코는 호주를 제치고 최초로 글로벌 톱10에 진입하였다. 또한 신흥 시장으로 분류되는 MENA, 사하라 이남 아프리카, 라틴 아메리카는 고성장세가 이어졌다.

1. 북미

북미는 2023년 +7.4%에서 2024년 +2.1%로 성장세가 둔화되었으나, 여전히 세계 최대 음반 시장으로서의 위상을 유지하고 있다. 전체 글로벌 음반 산업 매출의 40.3%를 차지했으며, 국가별로는 미국 +2.2%, 캐나다 +1.5%의 성장을 기록하였다.

2. 유럽

유럽은 2023년 +8.0%에 이어 2024년에도 +8.3%로 높은 성장을 지속하였다. 절대 금액 기준으로 가장 높은 성장을 나타내었으며, 글로벌 음악 산업 매출 내 비중도 28.3%에서 29.5%로 확대되었다. 영국(+4.9%), 독일(+4.1%), 프랑스(+7.5%) 등 주요국 모두 견조한 성장세를 유지하였다.

3. 중동 및 북아프리카(MENA)

MENA는 2023년 +14.4%, 2024년 +22.8%로 가파른 성장세를 보이며 세계에서 가장 빠르게 성장하는 지역으로 부상하였다. 이 지역은 전체 매출의 99.5%를 스트리밍이 차지할 만큼 모바일 및 디지털 친화적이며, 시장의 디지털 전환 속도가 전 세계에서 가장 빠르다. 지역 내 플랫폼 확산과 모바일 네트워크 인프라의 개선이 주요 성장 요인으로 작용하고 있다.

4. 사하라 이남 아프리카 (Sub-Saharan Africa)

2023년 +24.7%로 최고 성장률을 기록했던 사하라 이남 아프리카는, 2024년에도 +22.6%로 두 자릿수 고성장을 지속하였다. 연간 매출이 사상 처음으로 1.1억 달러를 돌파하였으며, 지역 내 74.6%를 차지하는 주요국인 남아프리카 공화국은 +14.4% 성장을 달성하였다. 유료 스트리밍 확산과 함께 글로벌 음반사로부터 중장기적 관점에서 주목받는 지역이다.

5. 라틴 아메리카

2024년 라틴 아메리카는 +22.5%의 성장률을 기록하며 15년 연속 플러스 성장을 이어갔다. 스트리밍 부문의 고성장이 전체 실적을 견인하였으며, 해당 부문의 매출 비중은 2023년 86.3%에서 2024년 87.8%로 확대되었다. 브라질은 +21.7%의 성장률로 2년 연속 가장 높은 성과를 기록했으며, 멕시코는 +15.6%의 견조한 성장세를 바탕으로 세계 10위권 시장에 신규 진입하였다.

6. 아시아

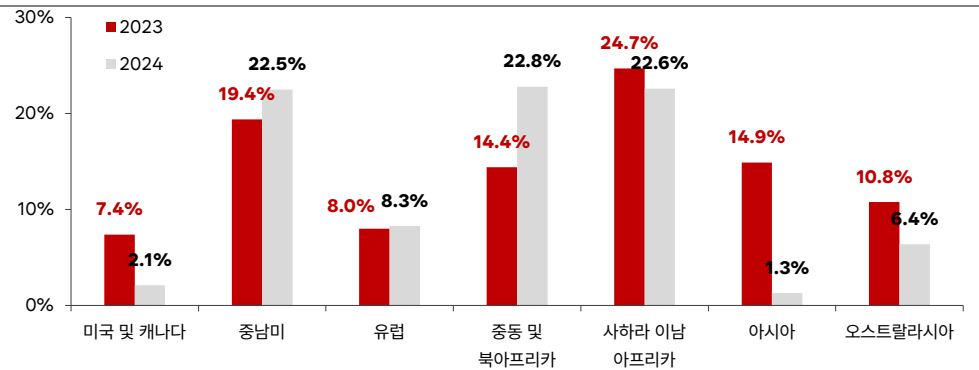
아시아는 2023년 +14.9%에서 2024년 +1.3%로 성장률이 급격히 둔화되었다. 이는 2023년 한국 중심의 피지컬 음

반 호조에 따른 기저효과와 일본 시장의 정체가 복합적으로 작용한 결과로 해석된다. 그럼에도 불구하고 아시아는 전체 글로벌 피지컬 음반 매출의 45.1%를 차지하며, 여전히 피지컬 중심 시장의 핵심 지역으로 자리하고 있다. 일본은 0.2% 역성장한 반면, 중국은 +9.6%의 성장률을 기록하며 세계 5위 시장으로서의 입지를 공고히 하였다.

7. 오스트랄라시아(Australasia)

오스트랄라시아는 2023년 +10.8%에서 2024년 +6.4%로 다소 완만한 성장세를 보였다. 총 매출은 6억 2,900만 달러이다. 국가별로는 호주가 +6.1%의 성장률을 기록했으나 글로벌 Top10에서는 밀려났으며, 뉴질랜드는 +7.8%로 견조한 성장세를 유지하였다. 이 지역은 시장 규모는 작지만, 지속적인 음악 소비와 디지털 환경을 기반으로 안정적인 성장세를 기록하고 있다.

글로벌 음악 산업 지역별 성장률 추이



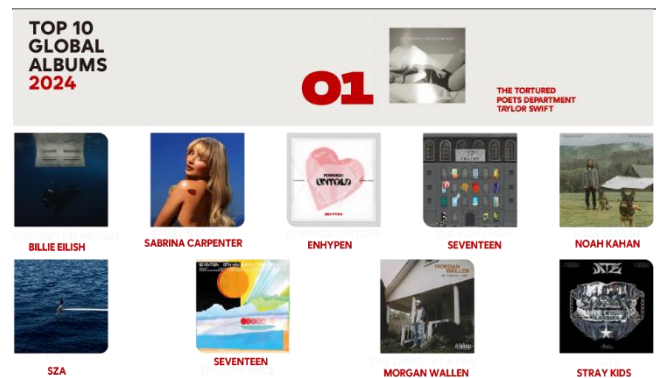
자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 음악 시장 국가별 순위

1	USA	
2	Japan	
3	UK	
4	Germany	
5	China	
6	France	
7	South Korea	
8	Canada	
9	Brazil	
10	Mexico ▲	

자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

2024년 글로벌 앨범 Top10에 포함된 엔하이픈, 세븐틴, 스트레이키즈 앨범



자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

케이팝 앨범 판매량 및 수출 금액 추이

10년 간 고성장을 이뤘은

케이팝 앨범

K-pop 앨범 판매량(월간 씨클차트 TOP 100 합계 기준)은 2015년 842만장에서 2023년 1억 1,596만장으로 13.8배 증가하는 등 고성장을 이어왔다. 2024년에는 9,352만장으로 19.4% 감소하였으나 여전히 2022년 수준을 상회하는 높은 판매량을 유지하고 있다. 최근 10년간 누적 판매량은 4억 6,821만장에 달하며, 기업별로는 하이브가 1억 4,717만 장(31.4%)으로 가장 높은 비중을 차지했고, SM엔터테인먼트 9,952만장(21.3%), JYP엔터테인먼트 5,784만장(12.4%), 와이지엔터테인먼트 1,912만장(4.1%), 이 외 기타(스타쉽, 큐브엔터, KQ엔터 등) 1억 4,409만장(30.8%)을 기록했다. 2017년과 2020년은 앨범 판매량 증가의 주요 변곡점으로, 각각 55.7%와 66.5%의 성장률을 보였다. 이러한 앨범 판매량 증가와 함께 K-pop 수출액도 2015년 2,913만 달러에서 2024년 2억 9,182만 달러로 약 10배 증가했으며, 수출 국가 개수도 2015년 25개에서 2024년 164개로 확대되었다.

2017년은 K-pop의 글로벌 시장 확장이 본격화된 전환점이었다. 2017년 실물 앨범 수출액은 4,418만 달러로 2016년 2,992만 달러 대비 47.7% 증가했으며, 앨범 판매량 역시 55.7% 증가한 1,701만장을 기록했다. 국가별 수출 현황을 살펴보면 일본 수출액은 1,717만 달러로 26.4% 증가했고, 중국은 1,595만 달러로 47.9% 증가했다. 특히 주목할 만한 점은 미국 시장으로의 수출이 82만 달러에서 232만 달러로 184.6% 급증했다는 점이다. 또한 베트남 시장이 1천 달러 수준에서 117만 달러로 급격히 성장하며 동남아시아 시장 확장의 가능성을 시사하였다. 이러한 변화는 BTS의 'Love Yourself: Her' 앨범이 빌보드 200 차트 Top 10에 진입하고, EXO, TWICE 등 주요 아티스트가 아시아 전역에서 인기를 얻으며, K-POP이 동아시아 중심에서 글로벌 시장으로 본격 확장되기 시작했기 때문이다. 엔터테인먼트사별 앨범 판매량(월간 씨클차트 TOP 100 발표 기준)을 살펴보면, 하이브(당시 빅히트)는 BTS의 성공으로 351만장을 기록하며 전년 대비 73.0% 성장했고, SM엔터테인먼트는 EXO, NCT 등의 활약으로 409만장(+19.9%, yoy), JYP엔터테인먼트는 TWICE와 GOT7의 인기에 힘입어 211만장으로 전년 대비 95.2% 성장했다. 이 외에 워너원, 몬스타엑스, 하이라이트, 뉴이스트W 등이 활약하며 기타(YMC엔터, 스타쉽, 어라운드어스, 플레디스 등) 소속사 앨범 판매량도 690만장을 기록, 전년 대비 66.3% 증가했다.

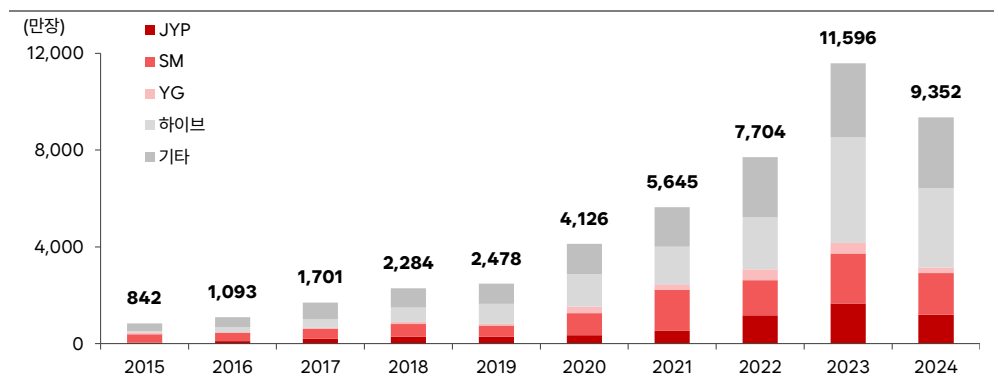
코로나19 팬데믹이 발생한 2020년은 K-pop 앨범 판매량이 또 한 번 급증한 시기였다. 앨범 판매량은 2019년 2,478만장에서 2020년 4,126만장으로 66.5% 증가했다. 글로벌 이동 제한과 오프라인 공연 취소 상황에서도 디지털 콘텐츠 소비 증가로 실물 앨범 구매가 오히려 늘어나는 역설적 현상이 나타났다. 엔터테인먼트사별로는 하이브가 BTS의 활약으로 1,347만장의 판매고를 올렸고, SM엔터테인먼트도 NCT와 유닛들의 성장으로 907만장을 달성했다. 와이지엔터테인먼트는 BLACKPINK가 빌보드 2위 달성, 유튜브 구독자 수 5,000만명 돌파 등 글로벌 인기에 힘입어 전년 대비 265% 증가한 275만장의 판매고를 기록하며 가장 높은 성장률을 보였다. 아이즈원, 김호중, 더보이즈, 강다니엘 등을 포함한 기타 엔터사 앨범 판매량도 전년 대비 49.2% 성장한 1,248만장을 기록하였다. 이 시기 K-pop 앨범 수출액은 2019년 7,459만 달러에서 2020년 1억 3,620만 달러, 2021년 2억 2,085만 달러로 196% 증가하는 놀라운 성장률을 기록했으며, 2019년과 2021년 사이에 미국(884만 달러→3,790만 달러, 329% 증가), 독일(60만 달러→333만 달러, 454% 증가), 프랑스(94만 달러→455만 달러, 387% 증가) 등 서구권 시장에서의 성장이 두드러졌다. 이는 BTS의 'Dynamite'가 빌보드 핫100 1위를 차지하고, BLACKPINK가 글로벌 스타로 부상하며 K-pop이 글로벌 음악 시장에 성공적으로 안착했음을 보여준다.

2022년부터 2023년까지는 K-pop 앨범 시장이 역대 최고 호황을 누린 시기였다. 앨범 판매량(월간 씨클차트 TOP 100 합계 기준)은 2022년 7,704만장에서 2023년 1억 1,596만장으로 50.5% 증가하며 정점을 찍었다. 2023년 기준, 하이브는 BTS 멤버들의 솔로 활동과 세븐틴, 투모로우바이투게더, NewJeans 등 다양한 그룹의 성공으로 4,358만장을 판매하며 전체 시장의 37.6%를 차지했다. SM엔터테인먼트는 2,068만장(aespa 346만장 등), JYP엔터테인먼트는 1,657만장(스트레이키즈 1,068만장 등)을 기록하며 4세대 아이돌 그룹의 활약이 두드러졌다. 특히 하이브 산하 플레디스의 세븐틴(유닛 부석순 포함)은 1,676만장을 판매하며 연간 최다 판매 그룹 타이틀을 획득했다. 기타 레이블의 판매량도 3,069만장으로 급증하며 K-pop 생태계의 다양성이 확대되었다. 대표적인 기타 소속사 그룹으로는 에이티즈(329만장, KQ엔터테인먼트), (여자)아이들(164만장, 큐브엔터테인먼트), 제로베이스원(385만장, 웨이크원) 아이브(380만장, 스타쉽엔터테인먼트) 등이 있다. 이러한 앨범 판매량 증가와 함께 수출액도 2023년 2억 9,023만 달러를 기록했으며, 주요 수출국도 154개국으로 확대되었다.

2023년에서 2024년으로 넘어오면서 K-pop 앨범 판매량은 조정기에 접어들었다. 2023년 1억 1,596만장으로 정점을 찍었던 판매량은 2024년 9,352만장으로 19.4% 감소했다. 하이브의 판매량은 3,272만장으로 24.9% 감소했으며, JYP엔터테인먼트도 1,196만장으로 27.8% 감소했다. SM엔터테인먼트 역시 1,723만장으로 16.7% 감소했다. 이는 BTS의 군 입대와 스트레이키즈의 재계약 시즌 도래로 인한 활동 감소, 콘서트 투어 집중과 초동 경쟁 완화가 영향을 미쳤다. 다만, 기타 엔터테인먼트사들의 판매량은 2,930만장으로 비교적 하락폭이 적은 4.5% 감소에 그쳤는데, 이는 PLAVE(VLAST), 더보이즈(ST엔터테인먼트), 에이티즈(KQ엔터테인먼트) 등 그룹들의 활동이 활발하였기 때문이다.

국가별 수출 현황을 살펴보면 시장 다변화가 뚜렷하게 나타난다. K-POP 음반 수출은 2015년까지 일본, 중국, 동남아 중심의 아시아 시장 비중이 절대적이었으나, 최근 10년간 유럽 및 북미 중심의 서구 시장 비중이 빠르게 확대되며 글로벌 시장 내 입지를 강화하고 있다. 2024년 기준 일본(8,979만 달러, 30.8%)과 중국(5,979만 달러, 20.5%)은 여전히 주요 수출국이지만, 미국(6,289만 달러, 21.6%)의 비중이 일본에 근접할 정도로 확대되었고, 유럽 주요국 역시 괄목할 만한 성장세를 기록하였다. 독일은 2015년 4.9만 달러에서 2024년 1,033만 달러로, 프랑스는 7.4만 달러에서 325만 달러로 급증하였다. 2016년 약 40개국이던 수출 대상국은 2024년 164개국으로 크게 확대되어 K-pop이 명실상부한 글로벌 문화 콘텐츠로 성장했음을 보여준다.

K-POP 실물 앨범 판매량 현황



자료: 씨클차트, 한국저작권위원회 기업리서치센터



투자포인트

2025년 돌아오는 블랙핑크

약 3년만에 돌아오는 블랙핑크

와이지엔터테인먼트의 첫 번째 투자포인트는 블랙핑크의 완전체 컴백이다. 2022년 9월 정규 2집 'BORN PINK' 이후 약 3년 만에 그룹 활동을 재개하며, 신보 발매 및 월드 투어가 예정되어 있다. 그룹 활동 공백 기간 동안 각 멤버들이 글로벌 시장에서 독보적인 성과를 거둔 만큼, 활발했던 멤버들의 솔로 활동을 고려한다면 블랙핑크 IP의 가치는 이전 대비 더욱 상승했을 것으로 기대된다.

솔로 아티스트로서 글로벌 시장에서 독보적인 성과를 거둔 멤버들의 개인 브랜드 파워가 블랙핑크의 그룹 활동 재개 시 시너지 효과를 극대화할 것으로 전망된다. 로제는 2024년 10월 선공개 싱글 'Apt.'를 발매해 미국 빌보드 Hot 100 8위로 데뷔하며 28주 연속 차트인 중이며, 12월 발표한 'rosie'는 발매 직후 미국 빌보드 200 차트 3위를 기록하였다. 제니는 2025년 3월 첫 솔로 정규 앨범 'Ruby'를 발매해 미국 빌보드 200 차트 7위로 데뷔했다. 리사는 2025년 2월 솔로 1집 'Alter Ego'를 발매, 빌보드 200에서 7위를 기록하였으며, HBO 드라마 '더 화이트 로투스' 시즌 3에 출연해 배우로서도 영역을 확장했다. 지수는 2025년 2월 14일 미니앨범 'AMORTAGE'를 발매해 빌보드 글로벌 200 차트에서 47위, 약 60만장의 앨범 판매량을 기록하였다.

2022년 10월 ~ 2023년 9월 동안 진행되었던 블랙핑크의 두번째 월드투어 'BORN PINK'는 2020년 이후 글로벌 13번째 규모의 월드투어로 기록되었으며, 특히 2023년 걸그룹 기준으로는 최정상에 올랐다. 당시 기록한 성적은 66회의 공연, 3억 3천만 달러의 매출, 모객 수 181만명(Touring Data 기준)이다. 이번 2025 월드투어는 이전 'BORN PINK' 투어 규모를 상회할 것으로 예상된다. 7월 5일 고양종합운동장을 시작으로 월드투어가 시작될 예정이다. 'BORN PINK' 당시 회당 평균 모객수는 약 27,503명이었으나 현재까지 오픈된 공연 일정 기준, 공연장 평균 좌석 수는 약 65,600석이며, 추가 일정이 업데이트되는 중이다.

이번 2025 월드투어는 블랙핑크의 글로벌 위상을 더욱 높이고, 와이지엔터테인먼트의 실적 개선에 크게 기여할 것으로 전망되며, 멤버들의 솔로 활동을 통해 쌓은 개인 브랜드 가치와 함께 완전체로서의 시너지 효과도 기대된다.

블랙핑크 2025 월드투어 공연 일정

지역	날짜	공연장	수용가능인원	회차
한국	7/5 ~ 7/6	고양종합운동장	41,000	2
북미	7/12 ~ 7/13	SoFi Stadium (LA)	70,000	2
	7/18	Soldier Field (Chicago)	63,500	1
	7/22 ~ 7/23	Rogers Centre (Toronto)	50,000	2
	7/26 ~ 7/27	Citi Field (NY)	41,922	2
유럽	8/2 ~ 8/3	Stade de France (Paris)	80,000	2
	8/6	Ippodromo SNAI La Maura (Milan)	80,000	1
	8/9	Estadi Olímpic Lluís Companys (Barcelona)	54,000	1
	8/15 ~ 8/16	Wembley Stadium (London)	90,000	2
일본	2026/1/16 ~ 1/18	Tokyo Dome(Tokyo)	55,000	3

주: 2025.5.8 공개 기준, 자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협의회 기업리서치센터

글로벌 IP 개발 능력 보유

베이비몬스터와 트레저를 통해 입증된 동사의 글로벌 IP 개발 능력

동사는 '베이비몬스터'를 통해 아티스트를 글로벌 IP로 성장시킬 수 있는 역량을 입증하고 있다. '블랙핑크'가 2016년 데뷔 이후 약 2년 이상 지난 2019년에 첫 월드투어 'IN YOUR AREA'를 시작한 반면, '베이비몬스터'는 2024년 4월 공식 데뷔 후 불과 8개월 만에 첫 번째 월드투어 'HELLO MONSTERS'를 개최하였다. 이는 동사가 블랙핑크를 통해 축적한 글로벌 진출 노하우를 기반으로, 신규 아티스트의 글로벌 시장 진출 속도를 단축시켰음을 보여준다.

'블랙핑크'는 초기 국내 시장에서 인지도를 쌓은 후, 2018년 '뚜두뚜두(DDU-DU DDU-DU)'를 기점으로 유튜브 및 SNS를 통해 글로벌 팬덤이 폭발적으로 확장되었으며, 이후 인터스코프 레코드와의 전략적 파트너십을 통해 미국 시장에 본격적으로 진출했다. 반면, '베이비몬스터'는 데뷔 단계부터 글로벌 시장을 주요 타겟으로 설정, 뮤직비디오·SNS 콘텐츠를 글로벌 팬덤을 겨냥한 구조로 기획하였다. 이는 블랙핑크가 개척한 K-POP 글로벌 확장 경로를 보다 전략적으로 압축해 적용한 것으로 분석된다.

'TREASURE' 또한 동사의 글로벌 IP 육성 시스템을 바탕으로 빠르게 해외 시장에서 입지를 구축한 아티스트다. 다국적 멤버 구성을 바탕으로 기획 초기부터 아시아 시장을 타겟으로 설정했으며, 데뷔 2년 차부터 아레나급 투어를 성공적으로 전개하며 해외 팬덤을 확장해왔다. 특히 일본 시장에서는 K-POP 아티스트 중 이례적인 속도로 주요 공연장에 입성하며 브랜드 가치를 증명했고, 이후 동남아 및 북미 지역으로 활동 범위를 넓혀가고 있다.

동사는 글로벌 IP 육성을 위한 전담 조직으로 '글로벌 트레이닝 센터'를 운영하고 있다. 해당 센터는 한국뿐 아니라 일본, 태국, 중국, 서구권 등 다양한 국가에서 유망 인재를 선발하고, 이들에게 보컬·안무·외국어·악기 등 아티스트로서의 성장에 필요한 맞춤형 커리큘럼을 체계적으로 제공한다. 동사의 글로벌 IP 육성 인프라는 'BABYMONSTER'와 'TREASURE'의 사례를 통해 실효성이 입증되었으며, 향후 동사의 글로벌 IP 포트폴리오 확장에 있어 핵심 전략 자산이 될 것으로 기대된다.



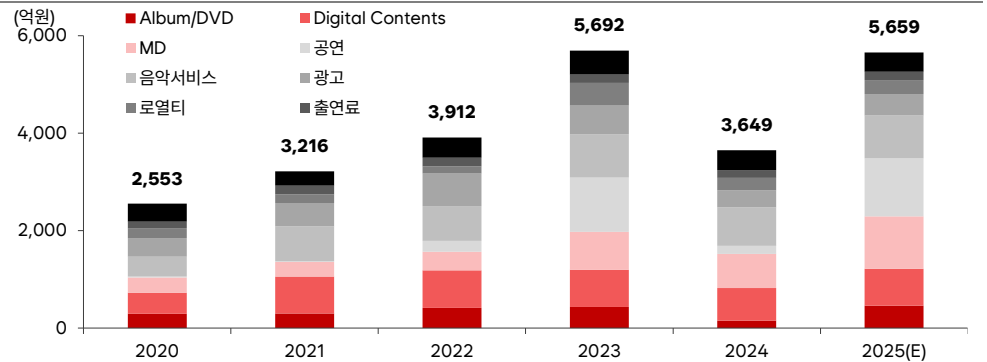
실적 추이 및 전망

1 실적 Review

블랙핑크의 활동 부재 영향이 컸으나, 신규 아티스트들의 성장은 긍정적

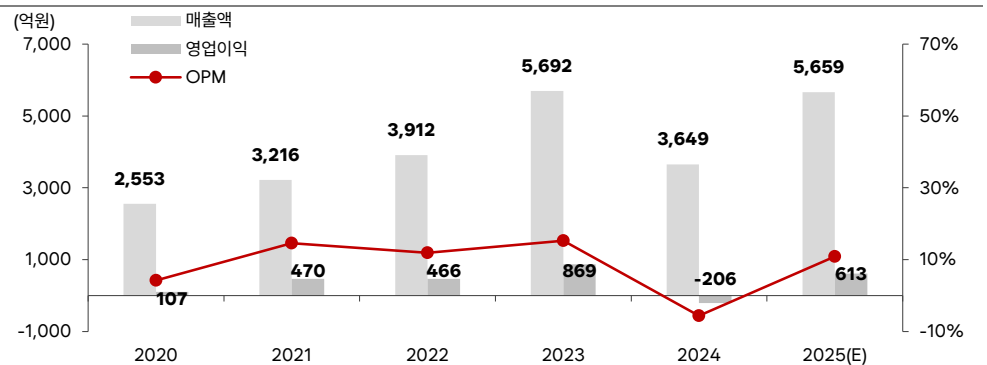
와이지엔터테인먼트의 2024년 영업실적은 매출액 3,649억원(-35.9%, yoy), 영업손실 206억원(적자전환, yoy)을 기록했다. 이는 2023년 블랙핑크의 정규 2집 'BORN PINK' 발매 및 대규모 월드투어 효과로 사상 최대 실적을 달성했던 기저 효과에 기인한 것으로, 2024년 블랙핑크의 활동 부재에 따른 외형 축소는 예견된 흐름이었다. 한편 베이비몬스터는 4월 첫 미니앨범 'BABYMONS7ERS'에 이어 11월 정규 1집 'DRIP'을 발표하며 데뷔 첫 해에만 약 160만장 이상의 앨범 판매고를 기록하였고, 팝업 등을 통해 대규모 투어 없이도 안정적인 MD부문의 매출액을 달성하였다는 점은 긍정적으로 판단된다. 비용 측면에서는 IP 포트폴리오 강화를 위한 다양한 콘텐츠 제작과 마케팅 비용 상승 및 아티스트 육성을 위한 경비 지출 확대 등이 나타나며 영업이익 적자전환에 영향을 미쳤다.

와이지엔터테인먼트 매출액 추이



자료: 와이즈엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

와이지엔터테인먼트 영업실적 추이



자료: 와이즈엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

2025년 실적 전망

2025년

매출액 +55.1%,

영업이익 흑자전환 전망

2025년 와이지엔터테인먼트의 영업실적은 블랙핑크 그룹 활동 재개와 기존 아티스트들의 안정적인 성장으로 매출액 5,659억원(+55.1 %, yoy), 영업이익 613억원(흑자전환, yoy)으로 전망되고, 연간 실적은 상저하교의 흐름을 나타낼 것으로 예상된다. 특히 7월부터 시작되는 블랙핑크의 월드투어 영향으로 공연 부문의 매출액이 역대 최대인 1,190억원(+600.5%, yoy)을 기록하며 전사 매출 성장을 견인할 것으로 예상된다. 앨범 부문에서는 블랙핑크의 신규 앨범 외에 팬덤을 확대 중인 트레저와 베이비몬스터의 하반기 추가 앨범 활동이 이어지며 음반 판매 증가가 기대된다. 비용 측면에서는 신규 아티스트 관련 전략적 투자에 따라 일정 수준의 변동이 발생할 수 있으나, 매출 성장에 따른 영업레버리지 효과로 역대 두 번째로 높은 영업이익을 기록할 것으로 예상된다.

와이지엔터테인먼트 실적 Table

(단위: 억원)

구분	2020	2021	2022	2023	2024	2025(E)
매출액	2,553	3,216	3,912	5,692	3,649	5,659
Album/DVD	293	299	415	436	153	460
Digital Contents	435	758	771	760	673	759
MD	311	300	381	778	696	1,074
공연	19	21	227	1,115	170	1,190
음악서비스	411	713	707	889	786	881
광고	381	476	673	589	349	437
로열티	206	182	147	463	254	288
출연료	130	175	179	175	165	173
기타	368	294	411	487	403	397
영업이익	107	470	466	869	-206	613
OPM	4.2%	14.6%	11.9%	15.3%	-5.6%	10.8%

자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

Valuation

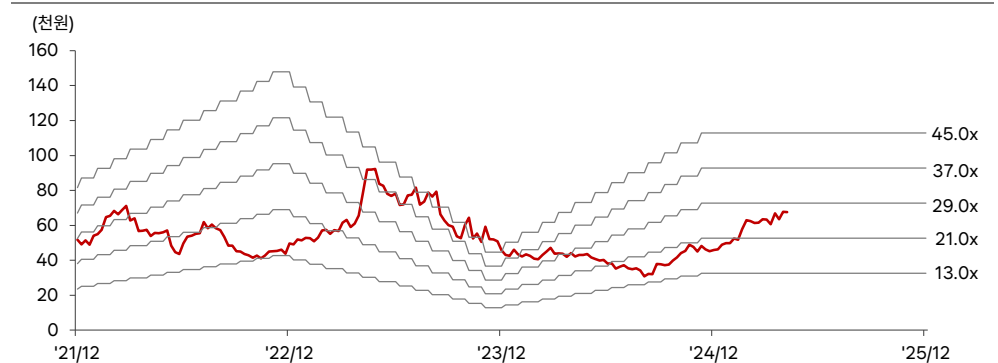
1 Historical valuation 비교

과거 PER Band 중단에 위치한
현재 주가

와이지엔터테인먼트의 주가는 2022년 이후 PER 13.0x ~ 45.0x 수준에서 형성되었다. 현재 동사 주가의 밸류에이션은 2025년 추정 실적 기준 PER 26.9x로 과거 PER Band 중단에 위치하고 있다.

동사의 주가는 주요 아티스트 관련 이벤트와 함께 뚜렷한 변동성을 보여왔다. 2022년말부터 2023년 상반기까지 기존 주요 아티스트였던 빅뱅 멤버들의 계약 종료 영향으로 기존 60,000원 이상에서 형성되어왔던 동사의 주가는 40,000원 수준까지 하락하였다. 그러나 2023년 블랙핑크의 'BORN PINK'의 글로벌 흥행 및 성공적인 월드투어, 그리고 신인 걸그룹 베이비몬스터 데뷔 기대감이 반영되며 5월에는 사상 최고가인 97,000원을 기록하였다. 하지만 이후 블랙핑크의 공백기, 아티스트의 세대교체 지연, 데뷔 비용 반영으로 인한 실적 악화로 2024년 동사의 주가는 32,000원 수준까지 하락하였다. 다만, 2024년 하반기부터 베이비몬스터 IP 성장 가능성이 가시화되고, 2025년 하반기 예정된 블랙핑크의 컴백 및 대규모 월드투어에 대한 기대감이 반영되면서 현재 주가는 65,000원 이상에서 우상향하는 흐름을 나타내고 있다.

와이지엔터테인먼트 PER band



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

2 PEER 그룹 밸류에이션 비교

PEER 그룹 대비 현재 주가는
적정수준으로 판단

당사에서는 동사를 비롯하여 국내 대표 엔터 4사로 손꼽히는 하이브, 에스엠, JYP Ent.를 PEER 그룹으로 선정했다. 2025년 실적 컨센서스 기준으로 산정한 PEER 그룹 평균 PER은 30.7x이다. 개별 기업 기준으로는 하이브 45.6x, 에스엠 27.9x, JYP Ent. 18.5x로 나타난다. 특히 하이브는 BTS 뿐만 아니라 세븐틴, 투이스, 엔하이픈 등 글로벌로 성공한 IP를 다수 보유하고 있어 상대적으로 높은 밸류에이션을 유지하고 있는 상황이다. 이러한 점을 고려할 때 현재 동사의 2025년 실적 기준 PER 26.9x는 PEER 그룹 대비 적정 수준이라 판단된다. 한편, 2023년 이후 엔터 산업 전반적인 조정기를 거치며 당시 고점 대비 30% 이상 주가가 하락했다. 향후 중국 모멘텀 등으로 국내 엔터 산업 업황 개선이 이뤄진다면 산업 전반적인 리레이팅도 가능할 것으로 기대된다.

와이지엔터테인먼트 PEER 그룹 실적 Table

(단위: 원, 억원, 배, %)

		와이지엔터테인먼트	하이브	에스엠	JYP Ent.	평균
코드		A122870	A352820	A041510	A035900	
현재 주가 (05/08)		67,500	265,000	122,500	69,900	
시가총액		12,616	110,378	28,046	24,837	
매출액	2022	3,912	17,762	8,508	3,459	
	2023	5,692	21,781	9,611	5,665	
	2024	3,649	22,556	9,897	6,018	
	2025F	5,659	27,171	11,438	7,237	
영업이익	2022	466	2,369	910	966	
	2023	869	2,956	1,135	1,694	
	2024	-206	1,840	873	1,283	
	2025F	613	3,080	1,429	1,474	
영업이익률	2022	11.9	13.3	10.7	27.9	
	2023	15.3	13.6	11.8	29.9	
	2024	-5.6	8.2	8.8	21.3	
	2025F	10.8	11.3	12.5	20.4	
순이익	2022	337	523	800	675	
	2023	613	1,873	873	1,055	
	2024	185	94	183	978	
	2025F	469	2,415	1,032	1,329	
EPS 성장률	2022	401.9	-64.9	-40.7	0.0	
	2023	81.2	256.0	9.0	56.3	
	2024	-69.8	-95.0	-78.8	-7.4	
	2025F	153.1	2,380.4	506.0	35.2	
PER	2022	24.2	137.1	22.8	35.7	
	2023	15.5	51.8	25.1	34.1	
	2024	46.2	858.8	97.2	25.4	
	2025F	26.9	45.6	27.9	18.5	30.7
PBR	2022	2.0	2.6	2.6	7.5	
	2023	2.0	3.3	3.0	8.5	
	2024	1.8	2.5	2.6	4.8	
	2025F	2.4	3.1	3.8	3.9	3.6
ROE	2022	8.6	1.9	12.2	24.7	
	2023	14.0	6.6	12.3	30.4	
	2024	3.9	0.3	2.6	22.4	
	2025F	9.3	7.2	14.5	25.0	15.5
PSR	2022	2.1	4.0	2.1	7.0	
	2023	1.7	4.5	2.3	6.4	
	2024	2.3	3.6	1.8	4.1	
	2025F	2.2	4.1	2.5	3.4	3.3

주: 1) 와이지엔터테인먼트의 미래전망치는 당사 전망치, 경쟁사의 미래전망치는 컨센서스 기준, 2) 시가총액과 주가는 5월 8일 종가 기준

자료: Quantwise, 한국IR협회의 기업리서치센터

리스크 요인
예상치 못한**인적 이슈가 발생할 수 있는****엔터테인먼트 산업**

엔터테인먼트 산업은 인적 자산을 중심으로 운영되는 특성상, 아티스트 및 주요 임직원과 관련된 예기치 못한 상황이 발생할 가능성이 존재한다. 동사의 과거 일부 아티스트의 비행 이슈나, 타사의 내부 경영 갈등, 전속계약 분쟁 사례 등은 해당 산업 전반에 상존하는 리스크를 보여준다.

이를 관리하기 위해 동사는 ESG 경영의 일환으로 아티스트 대상의 컴플라이언스 교육을 강화하고 있다. 2023년 2월부터 소속 아티스트를 대상으로 격월 1회 윤리·준법 교육 콘텐츠를 정기 제공하고 있다. 교육 주제에는 명예훼손·모욕·폭행 등 범죄 리스크뿐만 아니라, 정보통신망법 및 SNS 작성 시 유의사항 등 온라인 커뮤니케이션 관련 리스크도 포함된다. 또한 경영 거버넌스 측면에서도, 이사회 의장직에 사외이사를 선임하는 등 이사회의 독립성과 전문성 강화를 위한 제도적 보완이 지속되고 있다.

포괄손익계산서

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액	3,216	3,912	5,692	3,649	5,659
증가율(%)	26.0	21.6	45.5	-35.9	55.1
매출원가	2,240	2,632	3,832	2,655	3,845
매출원가율(%)	69.7	67.3	67.3	72.8	67.9
매출총이익	976	1,279	1,860	995	1,814
매출이익률(%)	30.4	32.7	32.7	27.3	32.1
판매관리비	723	853	1,064	1,181	1,201
판매관리율(%)	22.5	21.8	18.7	32.4	21.2
EBITDA	582	601	1,065	94	920
EBITDA 이익률(%)	18.1	15.4	18.7	2.6	16.3
증가율(%)	118.0	3.3	77.3	-91.2	876.9
영업이익	470	466	869	-206	613
영업이익률(%)	14.6	11.9	15.3	-5.6	10.8
증가율(%)	337.4	-0.8	86.4	적전	흑전
영업외손익	-116	79	82	268	127
금융수익	232	141	191	189	172
금융비용	299	76	132	43	70
기타영업외손익	-50	14	22	122	26
종속/관계기업관련손익	10	15	-19	226	2
세전계속사업이익	364	560	932	288	743
증가율(%)	270.8	70.9	50.4	-68.8	157.8
법인세비용	131	147	155	88	165
계속사업이익	223	415	777	200	578
중단사업이익	-4	55	-7	0	0
당기순이익	229	468	770	200	578
당기순이익률(%)	7.1	12.0	13.5	5.5	10.2
증가율(%)	625.7	104.6	64.6	-74.0	188.6
지배주주지분 순이익	67	337	613	185	469

현금흐름표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
영업활동으로인한현금흐름	369	551	936	0	470
당기순이익	229	468	770	200	578
유형자산 상각비	101	122	132	146	148
무형자산 상각비	11	12	63	154	159
외환손익	0	10	4	0	5
운전자본의감소(증가)	-208	-5	-98	-198	-317
기타	236	-56	65	-302	-103
투자활동으로인한현금흐름	-770	-179	-697	6	-80
투자자산의 감소(증가)	-483	-23	-297	236	-56
유형자산의 감소	3	2	4	21	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-322	-88	-116	-71	-30
기타	32	-70	-288	-180	6
재무활동으로인한현금흐름	325	-13	-63	-123	-38
차입금의 증가(감소)	91	-12	-4	-2	8
사채의증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	0	-46	-46	-60	-46
기타	234	45	-13	-61	0
기타현금흐름	0	1	-9	15	51
현금의증가(감소)	-76	360	167	-102	403
기초현금	518	442	802	969	867
기말현금	442	802	969	867	1,270

재무상태표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
유동자산	2,439	3,658	3,476	3,029	4,221
현금성자산	442	802	969	867	1,270
단기투자자산	1,140	1,094	1,276	1,069	1,079
매출채권	376	609	662	694	729
재고자산	113	162	172	96	144
기타유동자산	368	990	397	303	1,000
비유동자산	3,775	3,471	3,946	4,314	4,125
유형자산	1,930	1,803	1,794	1,884	1,767
무형자산	445	109	471	474	325
투자자산	1,290	1,382	1,458	1,829	1,907
기타비유동자산	110	177	223	127	126
자산총계	6,215	7,129	7,422	7,343	8,346
유동부채	1,048	1,630	1,473	1,105	1,564
단기차입금	39	5	0	0	0
매입채무	207	245	281	348	418
기타유동부채	802	1,380	1,192	757	1,146
비유동부채	340	235	97	206	218
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	145	133	14	85	85
기타비유동부채	195	102	83	121	133
부채총계	1,387	1,866	1,570	1,311	1,782
자배주주지분	3,776	4,096	4,667	4,831	5,254
자본금	94	95	95	95	95
자본잉여금	2,182	2,254	2,265	2,267	2,267
자본조정 등	193	176	175	173	173
기타포괄이익누계액	-6	-30	-30	3	3
이익잉여금	1,314	1,601	2,161	2,294	2,716
자본총계	4,828	5,263	5,852	6,033	6,564

주요투자지표

	2021	2022	2023	2024	2025F
P/E(배)	154.2	24.2	15.5	46.2	26.9
P/B(배)	2.7	2.0	2.0	1.8	2.4
P/S(배)	3.2	2.1	1.7	2.3	2.2
EV/EBITDA(배)	17.3	12.8	8.1	85.6	12.8
배당수익률(%)	0.4	0.6	0.6	0.5	0.4
EPS(원)	361	1,813	3,285	991	2,509
BPS(원)	20,471	21,959	24,972	25,849	28,109
SPS(원)	17,449	21,048	30,484	19,526	30,276
DPS(원)	250	250	300	250	250
수익성(%)					
ROE	1.8	8.6	14.0	3.9	9.3
ROA	3.9	7.0	10.6	2.7	7.4
ROIC	14.8	14.1	32.5	-6.6	19.6
안정성(%)					
유동비율	232.8	224.3	235.9	274.2	269.9
부채비율	28.7	35.5	26.8	21.7	27.1
순차입금비율	-26.5	-31.7	-35.4	-28.2	-32.1
이자보상배율	142.6	107.7	189.1	-27.2	60.7
활동성(%)					
총자산회전율	0.6	0.6	0.8	0.5	0.7
매출채권회전율	11.1	7.9	8.9	5.4	8.0
재고자산회전율	14.4	28.4	34.0	27.2	47.2

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공 정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장경보제도는 '투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목'의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다. ※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의 7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
와이지엔터테인먼트	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2025.05.12	와이지엔터테인먼트- BLACK PINK 컴백과 신규 아티스트의 성장

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 투자자들에게 국내 상장기업에 대한 양 질의 투자정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 무상으로 작성되었습니다.

- 당사 리서치센터는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트와 그 배우자 등 관계자는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 중소형 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- 본 자료에 게재된 내용은 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 자료제공일 현재 시점의 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다.
- 본 조사자료는 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증명자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(<https://t.me/kirsofficial>)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.